

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

RODRIGO DE LIRA MINÊU ROCHA

**VATAPÁ
CATÁLOGO TEMÁTICO DE HUMOR GRÁFICO BAIANO**

**Salvador
2007**

RODRIGO DE LIRA MINÊU ROCHA

VATAPÁ
CATÁLOGO TEMÁTICO DE HUMOR GRÁFICO BAIANO

Memória do Trabalho de Conclusão de Curso da graduação de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, apresentado à Faculdade de Comunicação, da Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Nogueira Tavares

Salvador
2007

RESUMO

Esta memória trata de como a proposta para produção de um catálogo temático de humor gráfico foi fundamentada, executada e viabilizada em suporte impresso. Ao reunir trabalhos de alguns dos cartunistas mais atuantes da Bahia em torno de um mesmo tema, esse processo gerou um produto experimental que tentou retratar de forma diferenciada um assunto bastante presente na mídia.

Palavras-chave: humor gráfico, catálogo impresso, Bahia, esportes.

AGRADECIMENTOS

a todos os cartunistas baianos que inspiraram e apoiaram este trabalho

às amigas verdadeiras que fiz dentro da Faculdade de Comunicação

ao Bundalêê

a meus pais

a Camila

aos erros e aos acertos

Que o riso seja eterno enquanto dure.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	pg. 01
PERCURSO	pg. 02
FUNDAMENTAÇÃO	pg. 04
Definições	pg. 05
Panorama Local	pg. 10
Importância dos Catálogos	pg. 10
PRODUTO	pg. 13
Colaboradores	pg. 13
Conteúdo	pg. 14
Título	pg. 17
Projeto Gráfico	pg. 18
Lançamento	pg. 20
CONSIDERAÇÕES FINAIS	pg. 21
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	pg.22
APÊNDICES	pg. 23

APRESENTAÇÃO

A Bahia é um reduto de grandes profissionais de humor gráfico. Entretanto, o mercado editorial baiano é restrito e oferece muito pouco espaço para publicação do trabalho de artistas que são consagrados nacional e internacionalmente. Este projeto pretende divulgar o trabalho de alguns dos profissionais mais atuantes do mercado baiano, através de um catálogo temático impresso de humor gráfico.

A proposta deste produto é divulgar os trabalhos de profissionais representativos dentro do mercado baiano de humor gráfico, tendo um tema como fio condutor. Através da sua arte, os artistas gráficos expressam a sua visão de mundo e, ao condicionar todos os profissionais sob um tema específico, este catálogo dá ao leitor a oportunidade de confrontar diversas abordagens e variadas perspectivas sobre um mesmo assunto, fazendo assim um convite à reflexão.

O tema escolhido foi “Esporte”. Esta escolha visa aproveitar a realização dos Jogos Pan-americanos no Brasil. Além disso, é um tema bastante abrangente e associado a muitos valores positivos, como saúde, disciplina e união.

Além de divulgar e incentivar a produção baiana de humor gráfico, este projeto pretende aproximar ainda mais os profissionais da área, valorizar o mercado local, incentivar uma expressão artística e cultural e retratar de forma diferenciada um assunto bastante presente na mídia. No caso, os Jogos Pan-americanos 2007.

PERCURSO

Sempre fui admirador das artes gráficas, em especial do humor ao mesmo tempo simples, contundente e ácido dos cartunistas, que através de poucos traços eram capazes de resumir a vida e ampliar a visão de mundo dos leitores. Para mim isto era comunicação no sentido estrito da palavra, mesmo que às vezes não acontecesse por meio de palavras. A meu ver, a “não utilização de texto”, ao invés de limitar o poder de comunicação dos artistas, muitas vezes o ampliava, fazendo com que as mensagens nos cartuns fossem universalmente entendidas. E este poder da comunicação foi um dos fatores que me motivaram a escolher o curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Desde meu primeiro semestre na Faculdade de Comunicação publiquei o fanzine *Bundalêlê* em parceria com o amigo Emmanuel Mirdad, também estudante de Jornalismo. Neste fanzine, através de textos curtos e desenhos simples, comecei a me aventurar por uma área que, apesar de sempre ter feito parte da minha vida era pouco explorada por mim na prática: o humor. De certa forma, o *Bundalêlê* serviu de embrião para o que pretendo fazer com este projeto. Agora de forma ampliada, contando com a colaboração de alguns dos principais cartunistas da atualidade.

Paralelamente ao início do meu percurso na Faculdade de Comunicação, comecei a participar de festivais de humor gráfico em 2003, quando enviei trabalhos e fui selecionado para exposição do *V Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Pernambuco*. A partir de então, passei a ter um contato mais próximo com o trabalho de profissionais que eram referências para mim desde meu tempo de infância.

No decorrer do curso de graduação, todas as disciplinas optativas que escolhi versavam sobre a utilização do humor ou da imagem - no caso das disciplinas sobre cinema - na comunicação. Disciplinas como Estudo de Produtos Comunicacionais (COM 321), Linguagem Cinematográfica (COM 368), Comunicação Jornalística (COM 122) e Oficina de Fotografia (COM 330) contribuíram para nortear a base deste projeto de conclusão de curso.

A natureza deste projeto permitiu aliar meus objetivos pessoais aos ensinamentos que foram experimentados nas disciplinas da grade curricular da Faculdade de Comunicação da UFBA. Além das já citadas, disciplinas práticas que versavam sobre edição e planejamento, como a Oficina de Jornalismo Impresso (COM 123), e teóricas, como Teorias da Comunicação (COM 101), Estética da Comunicação (COM 103), Comunicação e Política (COM 105), Comunicação e Ética (COM 115), Teorias do Jornalismo (COM 121), Comunicação e Cultura Contemporânea (COM 106) foram fundamentais para a elaboração efetiva deste projeto, embasar toda prática e contextualizar os ensinamentos adquiridos. Vale citar, por exemplo, a importância do aprendizado das táticas e dos métodos utilizados pelos agentes da comunicação para captar o público.

FUNDAMENTAÇÃO

Qual é a importância dos cartunistas para a sociedade? Apesar de ter um trabalho de enorme apelo popular e conseguir atingir praticamente todas as pessoas, através do entretenimento e da crítica, a maior parte da sociedade considera que cartunistas e chargistas não passam de meros fazedores de desenhos.

Contrariando esta visão equivocada, Hubert Alquéres ressalta, no catálogo do *32º Salão Internacional de Humor de Piracicaba*¹, que:

“Existe um aspecto pedagógico na arte dos cartunistas e chargistas. Rindo, eles fustigam os costumes, sacodem as pessoas, convidam à reflexão, estimulam a mudança. Com salutar e bem-humorado realismo, recordam que as pessoas são imperfeitas, as instituições sociais são contingentes e as tradições culturais são criações humanas que podem, e devem, evoluir”².

De acordo com Renato Lemos³, em seu livro *Uma História do Brasil através da Caricatura*, chargistas são “artesãos da crônica, do comentário e da crítica”. Charges e cartuns expressam a visão de mundo dos autores e possuem uma função crítica bastante peculiar.

Através desenhos simples, poucos traços, por vezes errantes, os cartunistas conseguem se expressar de forma bastante significativa. Lemos afirma que:

“Charges e caricaturas são mais do que meras ilustrações ou fontes de informação (...). Elas revelam o conhecimento produzido pelo artista, uma representação do real. Uma representação às vezes um tanto hiperbólica, mas a sua narrativa histórica. Narrativa em geral bem-humorada, satírica, corrosiva, às vezes dramática, trágica mesmo. É que a sensibilidade do

¹ O Salão Internacional de Humor de Piracicaba é um dos mais tradicionais concursos de humor gráfico do mundo, realizado anualmente na cidade de Piracicaba (SP), desde 1974.

² Hubert Alquéres, Catálogo do 32º salão Internacional de Humor de Piracicaba, SP: Imprensa Oficial, 2005. pág 11.

³ Renato Lemos é professor do departamento de História da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

artista se confunde com a do cidadão diante dos tortuosos rumos da humanidade, que tanto fazem rir como chorar”⁴.

Definições

O humor gráfico é uma das possíveis estruturas da linguagem humorística e corresponde ao humor impresso, visual. De acordo com Camilo Riani⁵, “O exagero, a ruptura discursiva, o aspecto do ridículo apresentam-se como alguns dos componentes da mensagem humorística”. Riani afirma ainda que “rimos do ridículo, do defeito, do exagero, do inesperado. Rimos, sobretudo, da quebra da lógica, da ruptura de uma seqüência esperada, da falta de ‘normalidade’, da presença da crítica criativa e perspicaz”.

A significação de “humor gráfico” é constantemente substituída pela palavra “caricatura” e, até mesmo, “quadrinhos”. De acordo com Riani, “a multiplicidade e confusão de expressões utilizadas sobre o tema parece resultar de inúmeros fatores”:

“Lembremos que até mesmo a palavra humor tem uma origem curiosa e, talvez, geradora de outros tantos conflitos conceituais. A antiga medicina romana considerava que o organismo humano era regido por quatro elementos líquidos: o sangue, a fleuma, a bile amarela e a bile negra. Estes líquidos, que circulavam pelo corpo, eram chamados de humores. Dessa maneira, para as concepções médicas da época, em proximidade com o senso comum, adotava-se a lógica de que ‘quem tivesse os quatro humores em equilíbrio seria uma pessoa bem-humorada’. Alguns estudiosos afirmam que este fato determinou a concepção do termo humor, e, conseqüentemente, a ‘confusão semântica que se formou posteriormente”.

Sobre o surgimento do humor gráfico, o pesquisador lembra que:

⁴ LEMOS, Renato. *Uma História do Brasil através da Caricatura*, pág 09.

⁵ Mestre em Comunicação Social pela UMESP, Camilo Riani é presidente da Comissão Organizadora do Salão Universitário de Humor de Piracicaba/UNIMEP desde 1997. Teve seus trabalhos publicados na Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Playboy, entre outros. Premiado com o Troféu HQ MIX (Associação dos Cartunistas do Brasil / SESC), Riani atua como jurado de eventos de humor gráfico e representou o Brasil em eventos internacionais de Artes Gráficas, como a III Bienal de Humor do Mercosul (Argentina/1997) e o Festival Internacional de Banda Desenhada (Portugal/1997).

“Um dos períodos que marcaram o surgimento da arte do humor gráfico no ocidente ocorreu durante o Renascimento, a partir de uma série de perfis de rostos, acompanhados de curiosos estudos de narizes, queixos e sobrelanceiras desproporcionais que Leonardo da Vinci desenvolveu por volta de 1500, além de semelhantes esboços desenhados por Albrecht Dürer, na mesma época. Foi também na Itália, em meados de 1600, que se registrou a primeira utilização do termo caricatura, por A. Mosini, quando este discorreu sobre a obra *Diverse Figure*, uma coleção/série de gravuras, lançada em 1646”.

Outra justificativa que Riani dá para a confusão entre os termos relativos ao humor gráfico consiste em:

“Uma flexibilidade na utilização do termo ‘caricatura’ que aparece, em alguns momentos, como sendo o campo artístico–humorístico–visual que conhecemos, hoje, por ‘humor gráfico’. Em outros casos, a expressão surge como sinônimo de charge, em outros ainda como sinônimo de cartum, e até mesmo como sinônimo de si própria: caricatura. Outra curiosa e equivocada correlação, a que funde os conceitos de humor gráfico e histórias em quadrinhos, talvez tenha tido origem na própria gênese das HQs, que surgiram como obras de teor cômico, ganhando, nos EUA, a denominação de ‘comics’. Também no Brasil encontramos o humor como marca das primeiras HQs publicadas por Angelo Agostini, consideradas por diversos autores como as precursoras no mundo. A correlação entre humor gráfico e quadrinhos em nosso país, pelo senso comum, pode também resultar da realidade das tiras publicadas atualmente nos jornais brasileiros. Essas pequenas histórias, na sua quase totalidade, são de conteúdo humorístico”.

Sobre a divisão por categorias, Riani defende que “entre os próprios humoristas gráficos encontramos um consenso sobre a existência de categorias específicas, cada qual com suas características, embora nem sempre isto se configure com uma rigidez pronta e acabada”. E, de acordo com o maioria dos salões de humor que acontecem no Brasil, o humor gráfico pode ser dividido em seis categorias básicas: cartum, charge, caricatura, tiras cômicas, histórias em quadrinhos e ilustração editorial.

Segundo Clériston de Andrade⁶, no catálogo do *Festival de Humor de Pernambuco*, o cartum “trata-se de uma narrativa expressa através do desenho de humor, satirizando o comportamento humano; o cotidiano, a cultura, os objetos e as situações vividas pelos indivíduos ou grupos sociais. Geralmente não contém texto e sua compreensão tem caráter mais universal”⁷. Em outras palavras, o cartum é uma piada gráfica e atemporal sobre aspectos do cotidiano.

As pessoas se identificam com o cartum. Sobre isto, Scott McCloud⁸ afirma, em seu livro *Desvendando os Quadrinhos*, que: “quando você olha uma foto ou um desenho realista de um rosto, você vê isso como o rosto de outra pessoa. Contudo, quando você entra no mundo do cartum você vê a si mesmo. (...) o cartum é um vácuo pro qual nossa identidade e consciência são atraídas. Nós não só observamos o cartum. Nós passamos a ser ele”⁹.

As charges, por outro lado, são piadas gráficas atreladas a acontecimentos específicos e, por isso, possuem uma vida útil inferior ao cartum. Além de ser datada, a charge é menos universal que o cartum, pois, para fruir uma charge, geralmente é necessário que o leitor possua um conhecimento prévio sobre o assunto do qual ela trata.

Segundo Francisco de Assis Barbosa, no prefácio de *Ziraldo, 20 anos de prontidão*, “essencialmente política, a charge possui por extensão um profundo sentido social. Inútil querer dissociar o desenho satírico dessas características, que lhe são inerentes e fundamentais. Daí a ligação com a história e a sociologia”¹⁰.

Geralmente as charges aparecem junto às editorias ou nas capas dos jornais. De acordo com Clériston de Andrade:

“A charge é um enunciado de caráter opinativo. Seu sentido depende do contexto e sua realização se dá através da interação chargista-mundo-leitor. Ela se materializa através do desenho de humor, da caricatura e de

⁶ Clériston de Andrade é professor da UFPE, onde faz doutorado e pesquisa sobre Humor. Jornalista e cartunista premiado em dois salões nacionais de humor, publica charges desde 1976.

⁷ Catálogo do 8º *Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Pernambuco*, pág. 07.

⁸ Scott McCloud conquistou por quatro vezes o prêmio Eisner, considerado um dos dois prêmios mais importantes do mercado norte-americano de quadrinhos. Já realizou conferências no MIT e seus livros sobre quadrinhos foram traduzidos para catorze idiomas.

⁹ McCLOUD, Scott. *Desvendando os Quadrinhos*, pág 36.

¹⁰ Ziraldo, *20 Anos de Prontidão*. RJ: Record, 1984. pág 13.

outros elementos verbais e não-verbais; refere-se aos grandes temas da atualidade e aos fatos imediatos, em geral de natureza jornalística”¹¹.

Enquanto as charges retratam os fatos, as caricaturas são representações gráficas de pessoas, geralmente personalidades conhecidas publicamente. Além de mostrar os aspectos físicos, as caricaturas podem expressar as características psicológicas e profissionais do personagem retratado.

Para Andrade:

“A caricatura é a representação da fisionomia humana através de uma concepção grotesca ou humorística. Além dos traços característicos das pessoas, a caricatura procura ressaltar seu espírito, sua alma. Pode-se associar a caricatura à profissão ou os feitos notórios do caricaturado”¹².

Por sua vez, as tiras de humor são um misto de cartum e histórias em quadrinhos. Ou seja, uma “piada gráfica desdobrada em três tempos, ou três quadros”¹³. De acordo com Paulo Ramos¹⁴, em sua tese *Tiras Cômicas e Piadas: Duas Leituras, um Efeito de Humor*:

“A tira cômica é uma narrativa, obrigatoriamente curta (dada a exigência do formato fixo), com desfecho inesperado, uso de figuras e situações estereotipadas (para facilitar a produção e a leitura no formato curto), com temática de humor e necessidade de inferências e conhecimentos prévio e compartilhado para ser compreendida”¹⁵.

Em muitos casos, os desenhos funcionam apenas como acessórios para a anedota, pois geralmente as piadas das tirinhas de humor se concentram nos diálogos entre os

¹¹ Catálogo do 8º Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Pernambuco, pág. 43.

¹² Catálogo do 8º Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Pernambuco, pág. 25.

¹³ Almanaque dos Quadrinhos, pág. 24.

¹⁴ Paulo Ramos é jornalista, professor e consultor de língua-portuguesa do Grupo Folha-UOL. Há dois anos mantém o *Blog dos Quadrinhos* no Portal de internet UOL.

¹⁵ Extraído de <http://blogdosquadrinhos.blog.uol.com.br/>, no dia 11 de maio de 2007.

personagens. Ao contrário das histórias em quadrinhos, nas tiras cômicas predominam ângulos estáticos, onde geralmente o personagem aparece da cintura para cima, como num plano americano¹⁶.

Além destas quatro categorias, essencialmente vinculadas ao humor, existem ainda as ilustrações editoriais e as histórias em quadrinhos. Segundo Andrade, “ilustração editorial é a arte de produzir graficamente uma imagem ou figura que interprete, interaja ou complemente um texto a ser publicado em determinado suporte como revistas, jornais e livros”. A ilustração editorial permite a utilização de várias técnicas. Por isso, é muito comum encontrar nos jornais mosaicos gráficos e montagens de fotografias misturadas a pinturas.

Já as histórias em quadrinhos, ou arte seqüencial, se diferenciam das tiras de humor, pois permitem uma maior dinâmica narrativa. Nas histórias em quadrinhos, os artistas têm liberdade para explorar os layouts das páginas. O mesmo não acontece nas tirinhas de humor, nas quais o desenhista se limita ao espaço estático e restrito dos quadrinhos.

As histórias em quadrinhos são visualmente mais sofisticadas que as tiras cômicas. De acordo com Andrade:

“As HQs são histórias ou informações narradas em seqüência através de imagens dispostas em unidades que formam um todo. Geralmente são desenhos que se sucedem de modo a provocar uma reação no leitor, que também é uma espécie de criador da narrativa. Os quadrinhos das histórias dão a idéia de espaço e tempo e é onde interagem personagens, cenários, textos e a representação dos sons”¹⁷.

Flávio Braga afirma, no *Almanaque dos Quadrinhos*, que “as HQs se tornaram mídia gráfica de experimentação artística refinada”¹⁸. A narrativa dos quadrinhos recorre a elementos do cinema, como variações de ângulos, cenários extremamente detalhados e

¹⁶ Plano americano é o plano que enquadra a figura humana do joelho para cima. Geralmente não comporta mais do que três personagens reunidas. Tem esse nome devido à sua grande popularidade entre os diretores de Hollywood das décadas de 30 e 40.

¹⁷ Catálogo do 8º Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Pernambuco, pág. 62

¹⁸ *Almanaque dos Quadrinhos*, pág 09.

maior utilização da perspectiva, para contar a história. Através da seqüência e arrumação dos quadros, a HQ interage com o público, pois é o leitor que é responsável pela dinâmica narrativa.

Panorama Local

Se o espaço para publicação de humor gráfico no Brasil é escasso, na Bahia a situação é ainda mais grave, devido à imensa limitação do mercado editorial local. Se já são raras as revistas editadas no estado, menor ainda é sua abrangência perante o público. E, atualmente, apenas três jornais impressos são publicados em Salvador, todos com interesses políticos declarados. Sendo assim, o espaço para publicação é muito restrito e os talentos locais são pouco aproveitados.

A Bahia é um reduto de bons profissionais do humor gráfico. Existem desde artistas bastante consagrados, como Cedraz¹⁹, Flávio Luiz²⁰ e Simanca²¹, a novas promessas do traço, como Aziz²², Hoisel²³ e Miguel Jr.²⁴, que inclusive já foram obtiveram destaque em diversos festivais de humor.

Importância dos Catálogos

Por vezes, obras de humor gráfico são catalogadas em suportes impressos. Isto geralmente acontece em três ocasiões: nos jornais de humor, nos catálogos dos salões de humor e nos panfletos de divulgação dos salões de humor.

¹⁹ Antônio Cedraz recebeu o título de *Mestre dos Quadrinhos – Troféu Ângelo Agostini* e venceu cinco vezes o *Troféu HQ-Mix*. Produz as tiras diárias da *Turma do Xaxado*, que já receberam apoio institucional da UNESCO e são publicadas na Bahia (*Jornal A Tarde*) e em Minas gerais.

²⁰ Flávio Luiz Nogueira é cartunista do *Correio da Bahia*. Já foi premiado no *Troféu HQ-Mix*, *Salão Internacional de Humor de Piracicaba*, *Festival Internacional de Humor Gráfico de Foz do Iguaçu*, entre outros. Autor das tirinhas de humor *Rota 66* e das revistas *Jayne Mastodonte* e *O Messias*.

²¹ Osmani Simanca é cubano, radicado na Bahia. Chargista do jornal *A Tarde*. Premiado no *Salão Internacional de Humor de Piracicaba*, *Portocartoon World Festival* (Portugal), *Greekartoon* (Grécia), entre outros

²² Bruno Aziz é cartunista e ilustrador do jornal *A Tarde*.

²³ Tiago Hoisel Ferraz já teve caricaturas premiadas em importantes salões de humor, como no *22º Salão Internacional de Humor do Piauí* e no *13º Salão Internacional de Desenho para Imprensa*.

²⁴ Miguel Jr. é designer e cartunista, premiado no *23º Salão Internacional de Humor do Piauí e Humodavea Contest 2005* (Romênia).

Os jornais de humor não são propriamente jornais de humor gráfico, mas jornais de caráter estritamente opinativo que disponibilizam mais espaço às ilustrações que os veículos tradicionais. O maior exemplo que tivemos no Brasil foi *O Pasquim*, que surgiu durante a ditadura e teve muita repercussão na época. Anos depois, foram feitas duas tentativas de voltar a publicar o panfleto, mas as vendas não se sustentaram nas bancas. Entretanto, nessas quatro décadas de idas e vindas, *O Pasquim* contou com colaboradores ilustres e revelou muitos dos mais conceituados cartunistas do país.

Outro exemplo de jornal opinativo que sempre dá espaço tanto a novos quanto a conhecidos cartunistas, é o mineiro *O Cometa Itabirano*, que revelou, entre outros, Cláudio de Oliveira Gomes, o Cau Gómez²⁵, vencedor do *Prêmio Imprensa* do Salão Internacional de Humor de Piracicaba de 1992 com um trabalho publicado no tablóide.

Muitos chargistas que começaram nestes jornais ganharam diversos prêmios em salões de humor. Os salões de humor correspondem a mostras coletivas de humor gráfico, geralmente de âmbito internacional. Os cartunistas, profissionais e amadores, enviam seus trabalhos e um júri seleciona aqueles que irão compor a mostra. Alguns destes eventos distribuem catálogos impressos aos artistas selecionados. São livros que contêm todos os trabalhos premiados ou expostos no salão.

Uma outra forma de catalogar ilustrações de humor é por meio dos panfletos de divulgação dos eventos. Alguns dos trabalhos selecionados no festival são publicados num pequeno catálogo, em geral duas folhas de jornal. Neste catálogo, além de uma pequena mostra da exposição, constam matérias e entrevistas sobre o salão, os jurados, os participantes e a história do evento. São, em geral, distribuídos para o público presente no salão de humor, com o intuito de divulgar o evento.

²⁵ Natural de Minas Gerais, Cau Gómez mora na Bahia há 13 anos e já publicou trabalhos no *Jornal do Brasil*, *Playboy*, *O Pasquim*²¹. Atualmente é colaborador do jornal *A Tarde* e da revista francesa *Courrier International*. Recebeu mais de 40 prêmios na área do humor gráfico, entre os quais *World Press Cartoon* (Portugal), *Curuxa* (Espanha), *Rodhes Cartoon Festival* (Grécia), *Salão Internacional de Humor de Piracicaba* (Brasil).

No Catálogo do 8º *Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Pernambuco*, João Lin²⁶ afirma que:

“Um catálogo impresso é, na verdade, um valioso espaço de publicação. Bem se sabe que não são muitos os veículos de comunicação que contemplam o humor gráfico. Além disso, o artista do desenho de humor tem uma relação histórica com as mídias impressas. Portanto, ter seu trabalho impresso com boa qualidade representa o fechamento de um ciclo na profissão de qualquer artista gráfico”²⁷.

E Samuca²⁸, reitera a importância dos catálogos impressos ao mencionar que:

“Através de um catálogo é possível ter uma visão mais ampla da produção do humor gráfico contemporâneo, além de ser um importante veículo de divulgação, responsável por projetar os cartunistas, chargistas, quadrinistas, caricaturistas e ilustradores além das fronteiras locais”²⁹.

²⁶ João Lin é editor e colaborador da Ragú e atual presidente da ACAPE – Associação de Cartunistas de Pernambuco. Foi premiado no Salão Carioca de Humor, Salão de Humor de Volta Redonda e Portocartoon World Festival, entre outros.

²⁷ Catálogo do 8º *Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Pernambuco*, pág. 06.

²⁸ Samuca é diretor executivo da ACAPE e curador do Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Pernambuco. Já foi premiado no Salão Carioca de Humor, Salão de Humor de Caratinga e recebeu dois Prêmios HQ-Mix.

²⁹ Catálogo do 8º *Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Pernambuco*, pág. 06.

O PRODUTO

Colaboradores

Ao contrário da publicidade, do jornalismo e de outros campos que lidam com a comunicação social, o cartunismo não possui uma formação profissional específica ou regulamentar. Ainda que existam cursos técnicos para desenhistas e cursos de graduação para designers ou artistas plásticos, os profissionais do humor gráfico são, em geral, autodidatas. O critério subjetivo é o principal parâmetro para julgar a qualidade das obras de determinado cartunista e mensurar se seu trabalho um nível profissional ou se é alguém que desenha de forma despreziosa, se eximindo de maiores responsabilidades.

Vale lembrar ainda que, sempre que inscrevem trabalhos em festivais de humor, os cartunistas submetem suas obras à apreciação de um júri. Apreciação esta que é, de fato, meramente subjetiva. Entretanto, levando em consideração que as artes gráficas, assim como toda expressão artística não se deve prender em formatos pré-estabelecidos, e sim sempre se reinventar, fazer uma seleção por meio de critérios subjetivos é algo que dá margens a injustiças. Por isso, a fim de reunir uma mostra representativa do atual humor gráfico baiano, foram estabelecidos os seguintes critérios para a seleção das obras que iriam compor o catálogo: o fato dos trabalhos estarem alinhados ao tema proposto; os cartunistas residirem na Bahia; terem relativa experiência de mercado e reconhecimento profissional perante seus pares; serem ou terem potencial para ser referências dentro da área do humor gráfico baiano.

Portanto, foram convidados para publicar neste catálogo tanto profissionais já consagrados na área e com larga experiência dentro do mercado, como Cedraz, Flávio Luiz, Cau Gómez, Hector Salas, Café, Davi Sales, Sidney Falcão e Francisco Soza, quanto artistas que atuam há pouco tempo, mas que devido à qualidade do seu trabalho já começam a chamar a atenção, como é o caso de Tiago Hoisel, Miguel Jr. e Mário Afoba.

Conteúdo

Como se trata de um catálogo prioritariamente de humor gráfico, há pouco texto e todas as páginas possuem ilustrações. Os textos se resumem ao editorial, o expediente, frases de humor, as definições das categorias do humor gráfico e aspas dos cartunistas.

A organização do produto foi pensada de forma a tentar induzir a ordem de leitura. Por isso, na segunda página aparece o editorial, que apresenta o catálogo ao público e explica a sua finalidade.

Em seguida aparecem frases curtas de humor, que ambientam o leitor com o tema do produto. Estas frases de humor aparecem por todo o catálogo e têm dois objetivos básicos. O primeiro é desmistificar o senso-comum de que cartunistas são meros desenhistas. Como já foi dito, por meio de poucos traços, os cartunistas são capazes de expressar idéias contundentes e marcantes. A idéia é o que conta. Mais do que desenhistas, os cartunistas são humoristas gráficos, piadistas. E frases sobre o tema abordado aparecem no catálogo para mostrar que, se é possível exprimir piadas através de desenhos simplificados, também é possível fazer isso por meio de frases curtas.

A outra função das frases cômicas no catálogo é aumentar a variedade de conteúdo do produto. Não restringir o conteúdo aos desenhos, ainda que estes correspondam à parte principal do produto.

Além disso, vale lembrar que as ilustrações editoriais geralmente aparecem nos periódicos ao lado de textos. De forma que essas frases também têm a finalidade de passar um pouco desta ambientação, reproduzindo a “dobradinha” texto + ilustração.

Como já foi mencionado, por vezes é extremamente tênue a diferenciação entre as categorias do humor gráfico. Por isso, essas categorias aparecem no catálogo de acordo com uma que ordem privilegia as características em comum. Ou seja, após as ilustrações editoriais, que acompanham os textos e possuem um caráter mais introdutório, aparecem os cartuns, cujas idéias se sustentam independentemente a textos.

Após os cartuns, que possibilitam uma abordagem mais ampla do tema, aparecem as charges, que, ao contextualizar o tema com os acontecimentos atuais, possuem uma abordagem ligeiramente mais restrita. E, ao lado das charges, que retratam os fatos, aparecem as caricaturas, que retratam as personalidades. Após estas quatro categorias, surgem as tiras cômicas, que demandam mais tempo para fruição por parte do leitor devido aos diálogos.

De todas as categorias do humor gráfico, este catálogo só não contempla as histórias em quadrinhos. Além de necessitar de um maior espaço para serem publicadas, as HQs também exigem uma produção mais elaborada (na maioria dos casos, uma mesma história é feita por vários profissionais: o roteirista, o desenhista, arte-finalista e colorista) e demoram mais tempo para ficar prontas. O mesmo não acontece com as outras categorias do humor gráfico, cujos trabalhos podem ser elaborados em um mesmo dia, quando não em alguns minutos. Além do mais, as HQs demandam um maior tempo de leitura que as demais categorias do humor gráfico, em certos casos exigindo mais concentração que descontração.

O catálogo possui oito páginas, uma para cada categoria. Em cada página há textos introdutórios explicando as definições do humor gráfico. Como o objetivo do catálogo é divulgar o trabalho dos artistas, é importante explicar essas divisões, até porque existem excelentes cartunistas que não fazem caricaturas e nem todo caricaturista sabe fazer um cartum. Assim como nem todos os chargistas produzem tiras de humor. Em cada página também aparecem frases curtas dos próprios artistas, falando da importância ou do significado de cada categoria do humor gráfico.

As outras três páginas do catálogo correspondem à capa, ao editorial e ao expediente. Ao contrário do que normalmente ocorre nos veículos impressos, o expediente aparece na contracapa do catálogo, fugindo ao lugar comum de colocar o nome dos responsáveis na segunda página da publicação.

A função deste catálogo é que as obras falem pelos cartunistas. De acordo com este raciocínio, são os trabalhos que devem apresentar os profissionais ao público. Então, considerando a ordem ocidental de leitura, somente após a fruição inteira do catálogo, o leitor pode ver na última página quem são as pessoas responsáveis por cada parte do

produto. É basicamente o que ocorre com a maioria dos filmes de cinema hoje em dia. Após a fruição, os responsáveis assinam a obra. Em menor instância, isto também ocorre isoladamente com cada trabalho: as assinaturas geralmente aparecem no canto inferior direito, supondo que após ver a piada, o leitor saiba quem é o cartunista responsável.

Assim como na capa, na última página do catálogo aparece um trabalho em destaque, para fechar com chave de ouro a leitura da publicação. Na capa, aparece uma caricatura elaborada por Tiago Hoisel, que ganhou o primeiro lugar no *23º Salão Internacional de Humor do Piauí* em 2004. E na contracapa, há em destaque um cartum feito por Flávio Luiz Nogueira, que venceu o *21º Salão Internacional de Humor de Piracicaba* em 1994. Na contracapa também aparece junto ao expediente um cartum, elaborado por Hector Salas, que mostra um mendigo comemorando uma vitória. Este trabalho foi colocado junto ao expediente como uma forma de ressaltar o contentamento em produzir um catálogo coletivo dos cartunistas da Bahia. Há ainda um cartum elaborado por Carlos Café em destaque na página editorial. Este trabalho mostra um time reunido, estando, assim, em total consonância com a linha editorial da publicação.

Como foi dito, a ordem das categorias foi pensada em decorrência da leitura. Por isso, também houve uma preocupação em privilegiar a página central. Dessa forma, os cartuns e charges, categorias mais próximas entre si, aparecem respectivamente nas páginas quatro e cinco do catálogo, ocasionando um melhor aproveitamento da página dupla. É muito comum escutar pessoas chamando charges de “cartum” e vice-versa. Em alguns trabalhos é muito tênue esta definição. Além disso, quando se pensa em humor gráfico, a primeira coisa que vem a mente das pessoas são as charges e os cartuns. Tanto é que os profissionais do humor gráfico geralmente são denominados cartunistas ou chargistas. Então, seria interessante dar um destaque sutil a essas categorias. Ainda mais considerando que este tipo de trabalho possui menos espaço no mercado editorial que as tiras ou ilustrações.

Inicialmente, este catálogo teria doze páginas. Entretanto, ao fazer o orçamento, foi constatado que, caso fosse adaptado para um formato de oito páginas, seria possível imprimir o dobro da quantidade de exemplares. E, como o objetivo principal do produto é divulgação, é mais importante que um catálogo de oito páginas chegue a dez mil

pessoas do que um de doze páginas alcance apenas cinco mil leitores. Levando em conta ainda que essa redução do número de páginas não influenciou a qualidade do produto final, mas somente a organização do conteúdo. Foi necessário apenas fazer algumas adaptações na boneca³⁰, ou seja, reorganizar a espinha dorsal da publicação.

Como se trata de um produto gráfico, a estética do catálogo é fundamental. Então, além de todo cuidado com os elementos visuais, houve uma preocupação com a forma de impressão, pois isso influiria na percepção do público quanto à imagem do produto final. Por isso, ao contrário do que acontece com os jornais tradicionais, as páginas deste catálogo foram refileadas. O corte nas laterais é importante, porque além de permitir sangria³¹ nas páginas, agrega valor ao produto e aumenta a sua vida útil. E, considerando que é um produto de apelo visual, a importância com o acabamento deve ser ainda maior.

Título

O nome do catálogo precisava ser algo ao mesmo tempo leve e marcante. Um título que possuísse alguma relação com a Bahia e, ao mesmo tempo, fosse engraçado, descontraído. Inicialmente, houve tentativas de criar nomes com as palavras “cartunismo”, “humor” e “Bahia”. Mas todas as opções estavam óbvias demais. Palavras como “esporte” e “jogos pan-americanos” também foram testadas. Entretanto, a melhor idéia que surgiu foi o nome “Doping”. Apesar de ter apelo para se tornar uma marca potencialmente forte, a palavra “Doping” está ligada a valores negativos, que, além de não condizer com a proposta do projeto, poderia afugentar possíveis patrocinadores.

Além do mais, como se pretende que este produto tenha continuidade, o catálogo não poderia ter um nome vinculado ao tema e sim algo genérico, que fosse forte como marca e pudesse ser utilizado em qualquer ocasião.

³⁰ Boneca: arte final do impresso, para guiar a prova de impressão e montagem.

³¹ Sangria: área da chapa ou impressão que se estende além da margem a ser refileada (sangria). É utilizada principalmente para fotografias, ilustrações ou áreas de cor.

Portanto, ficou resolvido que o nome do catálogo seria “Vatapá”. Este nome, além de remeter diretamente à Bahia, possui um certo humor e não recorre ao lugar-comum. Abaixo do nome, vem o subtítulo explicativo “Humor Gráfico Baiano”. E, em algum canto da capa, aparece um selo com o tema e a data da edição.

A idéia do selo também teve como objetivo agregar uma imagem de valor ao produto. Algo especial, fora de série. Estes selos normalmente aparecem em ocasiões especiais e servem para dar um destaque ao tema abordado. Por isso, é comum ver esse tipo de elemento gráfico em edições de lançamento de revistas ou em cadernos especiais de jornal. Vale citar como exemplo os recentes cadernos especiais do jornal *A Tarde*: Dia das Mães, Municípios, Catálogo Namorados, entre outros. Em outras palavras, o selo funciona como um carimbo que atesta a condição especial do produto.

Este selo possui um formato circular e é levemente inclinado, para contrastar ainda mais com os demais elementos do jornal, que não possuem qualquer tipo de inclinação. É um elemento gráfico que foge aos demais elementos do layout, ressaltando ainda mais a sua razão especial de ser. Além disso, essa inclinação gráfica confere movimento e descontração à figura.

Projeto Gráfico

De acordo com Armando Sant’Anna, em seu livro *Propaganda: Teoria, Técnica e Prática*, “o que realmente distingue uma publicação de outra é o estilo de paginação, isto é, o seu layout. (...) A função do layout é organizar os elementos visuais da melhor maneira possível na página”³².

Sobre a importância do projeto gráfico, Sant’Anna afirma ainda que “um bom layout é aquele que ajuda a transmitir as informações que estão no texto e, ao mesmo tempo, possui um design atrativo e incita à leitura. Ou seja, um design pleno de comunicação visual”³³.

³² Propaganda: Teoria, Técnica e Prática, pág 173.

³³ Propaganda: Teoria, Técnica e Prática, pág 173.

Houve uma preocupação especial com o projeto gráfico deste catálogo. Como se trata de um produto repleto de ilustrações de estilos variados e cores, o layout apresenta algumas peculiaridades. São os artifícios usados na diagramação a fim de proporcionar uma leitura mais leve e agradável.

Para que o visual do produto final não ficasse muito poluído demais, devido à grande quantidade de elementos gráficos, foi adotado um projeto gráfico leve, tendo o branco como cor principal, de forma a valorizar as ilustrações ao invés de tirar o foco de atenção.

De acordo com Sant'Anna, “a função primária do layout é guiar a atenção do leitor para um ponto de partida e, a partir daí, levá-lo através da página, na seqüência desejada. Atrair a vista e dirigi-la de forma adequada”³⁴. Por isso, todo o layout das páginas foi desenvolvido tendo em vista o conforto do leitor e de forma a valorizar ao máximo os elementos gráficos. Pois, ao contrário do que acontece na maioria dos cadernos culturais ou suplementos jornalísticos, neste catálogo os textos servem de complemento às ilustrações.

Devido à grande quantidade de ilustrações, muito coloridas e de diversos estilos, os demais elementos gráficos do catálogo são visualmente discretos. Sendo assim, com exceção dos trabalhos dos cartunistas, todos os demais elementos visuais do catálogo são em tons de preto. Esta foi a solução encontrada para que estes elementos gráficos não competissem visualmente com os desenhos, que são a base de todo projeto.

Estes discretos elementos gráficos, aliados à padronização das fontes, conferem unidade gráfica ao caderno. A fim de destacar ainda mais as ilustrações, todos os textos do catálogo possuem cor cinza.

Para atingir plenamente os resultados desejados, o projeto gráfico foi elaborado em parceria com Hector Salas. Além de cartunista, Salas é um experiente diretor de arte e

³⁴ Propaganda: Teoria, Técnica e Prática, pág 174.

tem em seu currículo diversas conquistas na área, entre as quais a criação da marca do Carnaval de Salvador³⁵.

Lançamento

Este produto tem a proposta de aproveitar épocas especiais do ano para divulgar o trabalho dos artistas gráficos. Datas comemorativas, como Dia das Mães, Dias das Crianças, Natal, Dia da Consciência Negra, ou ocasiões especiais, como a Copa do Mundo de Futebol ou os Jogos Pan-americanos. Ou seja, aproveitar datas que mobilizam a mídia e a opinião pública para divulgar o trabalho dos artistas gráficos.

Sendo assim, este catálogo não terá uma periodicidade fixa, mas esporádica. Por isso, o lançamento do catálogo será sempre acompanhado de uma exposição com alguns dos trabalhos publicados. Desta forma, não haveria problemas quanto ao atraso de periodicidade, pois não haveria o comprometimento de lançar um novo produto a cada dois ou três meses. E sim, apenas quando for possível, de acordo com um planejamento prévio.

Além disso, ao lançar o catálogo junto com uma exposição pública, chamaríamos ainda mais atenção para o nosso produto e poderíamos, inclusive, ser pauta de programas do gênero. Por isso, além de distribuir o catálogo no local da exposição, ele também será enviado a veículos de comunicação e programas que estejam em sintonia com o tema abordado.

O catálogo será ainda distribuído em agências de publicidade, produtoras de vídeo, empresas de comunicação visual e faculdades de comunicação. Como o objetivo principal é divulgar, é imprescindível que este produto chegue a locais que possam de fato gerar propostas de trabalhos e parcerias profissionais. No caso das faculdades, é válido lembrar que, em breve, os estudantes estão no mercado de trabalho e é muito importante estabelecer este contato com os novos profissionais também. Pois este contato poderá ocasionar parcerias profissionais no futuro.

³⁵ Além da marca atual do carnaval de Salvador, Hector Salas é responsável pelas marcas do carnaval dos anos 2002 e 2006.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração de um catálogo de humor gráfico baiano permitiu aliar os ensinamentos do curso de graduação aos meus objetivos pessoais. A meta principal é que este projeto seja viável no que concerne à continuidade e diferenciado no que diz respeito à abordagem.

Além de ampliar a divulgação dos trabalhos da área do humor gráfico, ao retratar de forma diferenciada assuntos de interesse público e bastante presentes na mídia, este produto pretende vir a ser pauta de matérias de jornal ou programas televisivos que estejam em sintonia com o tema proposto. E unir os artistas, possibilitando uma maior divulgação do trabalho de todos e, assim, fortalecer a área perante o cenário regional.

BIBLIOGRÁFIA

- BIEHALS, Leandro (org.). *Edição de Risco*. RS: Grafar, 2005;
- CAVALCANTI, Lailson de Holanda. *Ilustradores Pernambucanos*. PE: Comunigraf, 2003;
- COSTA, Gualberto e LOVETRO, José Alberto. *A história do Futebol através da Caricatura*. RJ: Bom Texto, 2004;
- EISNER, Will. *Quadrinhos e Arte Seqüencial*. SP: Martins Fontes, 1999;
- EISNER, Will. *Narrativas Gráficas*. SP: Devir 2005;
- GUSMAN, Sidney. *Maurício Quadrinho a Quadrinho*. SP: Globo, 2006;
- JAGUAR e AUGUSTO, Sérgio. *O Pasquim - Antologia Volume 1*. RJ: Desiderata, 2006;
- LEMONS, Renato. *Uma História do Brasil através da Caricatura*. RJ: Bom Texto, 2001;
- McCLOUD, Scott. *Desvendando os Quadrinhos*. SP: M. Books, 2005;
- McCLOUD, Scott. *Reinventando os Quadrinhos*. SP: M. Books, 2006;
- PATATI, Carlos; BRAGA, Flávio. *Almanaque dos Quadrinhos: 100 Anos de uma Mídia Popular*. RJ: Ediouro, 2006.
- SANT'ANNA, Armando. *Propaganda: Teoria, Técnica e Prática*. SP: Pioneira, 1998;
- ZIRALDO Alves Pinto. *20 Anos de Prontidão*. RJ: Record, 1984.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cartoons 2006: International Cartoonfestival Knokke-Heist*. Bélgica: Davidfonds / Leuven, 2006;
- Catálogo do 8º Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Pernambuco. PE: Gráfica Flamar, 2006;
- Catálogo do 32º Salão Internacional de Humor de Piracicaba. SP: Imprensa Oficial, 2005;
- Catálogos de salões e festivais nacionais e internacionais de humor (Bélgica, Romênia, etc).
- International Cartoon Festival of Tabriz*. Irã: Negin Film, 2004;
- O Pasquim 21* (edições de julho de 2002 a fevereiro de 2004)

APÊNDICES

- Vatapá – Catálogo de Humor Gráfico Baiano
- Projeto para patrocínio da impressão do catálogo e exposição de lançamento